

求解中小企业数字化转型新路径

在数字经济的浪潮中，中小企业的数字化转型仍在摸索中前进。8月4日，工信部官网发布了前一日召开的中小企业数字化工作座谈会相关情况。会议提出了推动中小企业数字化转型的“3+1+N”工作机制与“链式”转型路径。前者为打造优秀案例，后者则为产业链上下游企业通力合作。业界专家分析称，目前，中小企业在数字化转型的过程中，普遍面临缺钱、缺人、缺技术的困境，在寻找更合适的数字化转型路径上，以大带小的“链式”发展或许能开辟一条新的道路。



“链式”新路径

会议提出的“3+1+N”工作机制，即健全完善中小企业数字化转型政策、评价、服务三大体系，筹备办好中小企业数字化转型大会，培育推广一批大中小企业协同数字化转型典型模式和解决方案。

同时，会议还指出，要将政府与市场作用相结合。一方面，要加强政府引导，通过强化财政支持，撬动龙头企业、社会资本合力推动中小企业数字化转型；另一方面，要发挥大企业引领作用，带动产业链供应链上下游中小企业“链式”数字化转型。

对此，北京工商大学商业经济研究所所长洪涛表示：“3+1+N”工作机制和“链式”

数字化转型对于中小微型企业小散乱差的现象具有重要作用。“3+1+N”工作机制可以探索模式试点、推广多种示范；“链式”数字化转型是数字化发展的客观规律和根本要求，重要的问题是解决“两张皮”的问题，解决从实际出发的数字化转型模式。”洪涛如是说。

近年来，助力中小企业数字化转型，各国都在行动。我国在政策层面也不断加码。“十四五”规划纲要中便专门设置“加快数字化发展 建设数字中国”章节，并对加快建设数字经济、数字社会、数字政府，营造良好数字生态作出明确部署。工信部围绕提升中小企业数字化能力，积极培育系统解决方案供应商、主动支持数字化赋能平台发展，切实鼓励各类主体做好中小企业数字化转型服

务。河南省发布首批15家数字化转型促进中心创建单位，切实打造中小企业数字化转型服务组织。在支持中小型制造业企业“上云上平台”的需求侧政策推动下，广东省当前已累计推进2.25万家规模以上工业企业数字化转型。

数字化转型难在哪

事实上，在数字经济伊始、政策尚未集中发力之时，推动企业数字化转型的呼声便开始出现。北京社科院研究员、中国人民大学智能社会治理研究中心研究员王鹏认为，数字化转型对于企业本身提质增效、优化流程、拓展业务、增加盈利能力等都有非常重要的作用，尤其是对急需发展的中小微

企业而言。

近年来，中小企业数字化转型不乏优秀案例，疫情期间的“无接触配送”便是很好的例子。如良品铺子、林清轩、红蜻蜓三家品牌在疫情期间业绩不降反升，究其原因，正是在聚集性活动受到限制时，这些企业探索了多种数字化“无接触模式”，如无接触点取餐、共享员工等，实现了逆向数字化转型。此外，美团也首创了“无接触配送”模式。

与此同时，许多中小型企业在数字化转型中也面临着一些难点。概括来看转型的难点主要是缺钱、缺人、缺技术，缺钱则是主要因素。王鹏解释称，首先，规模以上企业一般都有专门的信息技术部门和相关技术，而中小企业在该领域比较欠缺；其次，数字化转型需要复合型人才，而中小企业本身人才的吸纳能力相对有限；最后也是最重要的是资金，没技术、没人才，可以通过购买服务的方法来解决并赋能，但资本不够雄厚的中小企业不一定能额外有这部分资金。

“归根到底，有钱能解决很多事情，而中小企业资金的问题则需要国家政策和市场予以解决。”王鹏说道。

数字化转型成本高是怎样一个概念？中国企业研究所所长唐大杰从企业数字化管理的角度举了个例子：“目前，市场上优质、低廉的企业信息化服务供应商较少，整体处于高度垄断的状态。尤其在制造业领域，当要利用信息化系统进行数字化管理时，主流信息化服务供应商如德国的SAP和国内的东软集团相关服务年费动辄上百万元，一般的中小企业很难用得起”。

此外，洪涛则解释了中小企业数字化转型中的一些具体业务问题，如由于没有采用正确的数字化技术，导致数字化增加了企业的成本，而不是降低成本；没有将数字技术与业务紧密结合，只是数字+技术的“两张皮”。

如何更合理地进行数字化转型，中小企业依旧在摸索之中。

“大带小”如何落地

在众多发展路径中，相较于发展模式上的倡导，唐大杰认为“链式”的数字化其实是一个更有价值的提法，也是中小企业数字化转型时最合理的一个路径。

“为什么我们中小企业数字化做不好呢？原因有很多，其中一点就是‘链’没有形成。企业要完成数字化转型、实现数字化管理以及上下游供应链形成对接，成本非常高。所以中小企业很难享受到完整的数字化服务；‘链式’则是一个比较好的视角。”唐大杰解释道，即在一个产业链里面，由核心企业发挥关键带动作用。

如何发挥核心企业的带动作用，唐大杰表示，可以由整个产业链里面的核心企业为主导，形成信息共享平台、结算平台、销售平台等。他举了一个汽车行业的例子：比如比亚迪作为一家大的汽车公司，上游有些小型制造公司给它提供车玻璃、方向盘等，这些小型制造公司自己可能没有能力购买数字化管理服务，但比亚迪的数字化平台可以向这些供应商开放，促使彼此知道各方生产、供应、物流、结算等一系列进展，从而实现数字化销售管理和市场管理以及更好的合作。

在这个由上下游企业自主发力的产业链里，政府可以发挥什么样的作用？唐大杰给出了另一个维度的建议。首先，数字化转型需要的大量基础设施，如物联网建设就相当于信息化里的高速公路和仓储，应该由政府来提供较好的限期投资、产业规范和行业标准。其次，在核心企业为中小企业提供转型升级的带动作用后，政府可以给核心企业一些补贴，如加大减税等，同时也可以给中小企业提供有利于其发展的一些金融支持。

在产业链和政府之外，唐大杰认为数字供应商也可以发挥很大作用。政府可以鼓励信息化企业更多地提供相关的数字化服务。”他如是说道。北京商报记者 陶凤 实习记者 陆珊珊

X 西街观察 Xijie observation

“价格刺客”把消费升级搞成了消费PUA

张绪旺

从雪糕、荔枝，到美发、餐饮；“价格刺客”近段时间横冲直撞。赶上七夕，鲜花涨价，礼物炫彩，高档餐厅一座难求，又是考验年轻人消费观的一天。有网友说，逢情人节、七夕节，畅销礼品涨价已成常态，实体店买晚了贵且无货，线上预定还得担心“开盲盒”。有需求，有热情，也要有理性，整顿“价格刺客”，似乎成了这届年轻人的消费趋势。

价值几何价格多少？市场从来不乏争议，定价需要时间检验，一货难求反映了产业向好，也要承受被审视的一面。

凡事过犹不及，应对更为蓬勃的消费热情，涨价可以赚得盆满钵满，于行业健康发展还是差了一点意思。就像同样引发热议的高价雪糕、4000余元烫发；“价格刺客”在各个领域神出鬼没，杀伤着消费者的钱包，也刺痛了消费者的热情，归根到底，在这些被质疑的事件中，商家拿捏了消费者心态，把消费升级搞成了消费PUA。

消费升级，是满足人民美好生活需要的直接体现，意味着消费各项支出的结构升级和层次提升。实际上，引发争议的各类“价格刺客”，初衷无一不是消费升级。

不是消费者尝尝不一样的味道，是钟薛高、进口荔枝们走向市场的第一动力；提供更具品质的服务，是餐饮行业茶位费、餐具费、服务费的价值

所在；从普通洗剪吹，到离子烫、服帖烫，是爱美有型人士的直白诉求；吃喝之外，听听歌、看看展、一起嗨，更是年轻人在娱乐市场提升精神享受的一股潮流。

本该是支出升级、享受升级的好事，但不恰当的处置手法，让商家和消费者变成了敌人。“价格刺客”，以消费升级之名，行消费PUA之实，明晃晃的价格价值不对等，却试图让消费者甘之如饴。

PUA是近些年情感、职场领域热词，指当事双方不对等关系，施加者往往通过“画大饼”和“打压对方”等一正一反手段，让被施加者对自身价值产生错误认知，从而在美好憧憬中顺从施加者的意愿。

“价格刺客”的涌现，是消费升级异化成消费PUA的泛滥。以美好愿景为诱饵，商家会把产品、服务精美包装，尽管这些产品多数确有“升级”。但比起升级本身，商家把交易重点放在消费者心智认同层面。

“洗脑”之下，消费者对“大饼”认同，就应该对价格认同，认同越深，价高有理，进而形成完美闭环：高价代表了高端，而质疑它的人不懂它的好。

而掺杂了粉丝滤镜、利益链条等场外因素，想要击倒“价格刺客”，就变得更为困难了。从这个维度，是否明码标价只是反击“价格刺客”的最浅一招，要做的事情还有很多。

“新经济”催生新问题 新型侵权维权卡在哪

在平台上发布视频截图也会造成侵权？8月4日，北京法院审判信息网公开的判决书显示，因PPTV旗下用户截取央视播出的2018年世界杯电视节目画面制成GIF格式视频，PPTV需赔偿央视400万元的经济损失。

这样的新型侵权并不是个案。互联网技术更新带来了产品新形态、传播新空间、运营新模式，极大增加了用户获取优秀内容产品的可及性，伴随而来的是新型的网络侵权监管以及维权难题。来自裁判文书网的数据显示，截至目前，与直播相关的著作权侵权案件达7254件。对此，法律界人士分析称，要解决新型侵权问题，仅靠权利人发声并不够，还需从降低维权成本上切入。

用户侵权为何平台赔偿

8月4日，北京法院审判信息网公开央视国际网络有限公司与上海聚力传媒技术有限公司一审民事判决书。判决书上显示，PPTV旗下用户截取央视播出的2018年世界杯电视节目画面制成GIF格式视频，侵犯了央视对2018年世界杯的信息网络传播权。PPTV需赔偿央视400万元的经济损失。

对于其中提到的“信息网络传播权”，《中华人民共和国著作权法》第十条规定，它是有线或者无线方式向公众提供，使公众可以在其选定的时间和地点获得作品的权利。

可见，这一权利的主体是公众，此次事件中的侵权方也是公众——PPTV旗下用户，但为何赔偿方是平台？对此，北京观韬中茂律师事务所执行合伙人、知识产权业务委员会主任李洪江介绍，《侵权责任法》第36条规定，网络用户利用网络服务实施侵权行为的，被侵权人有权通知网络服务提供者采取删除、屏蔽、断开链接等必要措施；网络服务提供者接到通知后未及时采取必要措施的，对损害的扩大部分与该网络用户承担连带责任。

在平台上发布视频截图也会造成侵权？8月4日，北京法院审判信息网公开的判决书显示，因PPTV旗下用户截取央视播出的2018年世界杯电视节目画面制成GIF格式视频，PPTV需赔偿央视400万元的经济损失。

这样的新型侵权并不是个案。互联网技术更新带来了产品新形态、传播新空间、运营新模式，极大增加了用户获取优秀内容产品的可及性，伴随而来的是新型的网络侵权监管以及维权难题。来自裁判文书网的数据显示，截至目前，与直播相关的著作权侵权案件达7254件。对此，法律界人士分析称，要解决新型侵权问题，仅靠权利人发声并不够，还需从降低维权成本上切入。

“这是‘避风港原则’的具体规定。”李洪江表示；但是在2018年俄罗斯世界杯足球比赛期间，被告在其运营的PP视频网站设置世界杯专题页面，并将其截取的比赛精彩画面制作成843段GIF动画，该行为显然具有主观故意，不能适用“避风港原则”，应当承担民事责任。

但平台担责并非说明用户没有侵权。李洪江介绍，著作权侵权的判定并不以营利为目的。“也就是说只要未经著作权人许可，实施复制、发行、信息网络传播等行为的，在没有合理使用抗辩事由的前提下，都应当承担著作权侵权责任。”

“可及性”背后的新难题

“互联网技术的发展加大了内容产品的传播空间以及读者获取优秀作品的可及性，但是对于侵权行为的发现、维权、打击等也带来了新的挑战。”李洪江表示。

技术发展带来的挑战在既有案例上有直接体现。裁判文书网数据显示，截至目前，与直播相关的著作权侵权案件达7254件，与之相关的短视频著作权侵权案件达925件。此外，《2020中国网络短视频版权监测报告》显示，2019年1月—2020年10月，在对4894件影

视综动漫类作品的监测中，共发现短视频疑似侵权链接1406.82万条。

侵权行为带来的传播效益也是巨大的。北京商报记者在某短视频平台上搜索发现，其中广泛存在着“三分钟看完一部电影”等视频，其中，播放量最高已超过600万。

此类事件频发引发了权利主体的集体表态。2021年4月，腾讯视频、爱奇艺等多家视频平台以及影视公司发表关于保护影视版权的联合声明，提出对目前网络上出现的公众账号生产运营者针对影视作品内容未经授权进行剪辑、切条、搬运、传播等行为，将发起集中、必要的法律维权行动。同时，呼吁短视频平台和公众账号生产运营者提升版权保护意识，呼吁社会各界共同维护影视行业的合法权益。

针对新型侵权，我国也不断完善相应法律法规。2021年6月1日起《中华人民共和国著作权法（2020年修正）》正式施行；新著作权法实际上回应了一部分新型侵权问题。”李洪江对此进行了解读，例如，将原著作权法第三条第六项“电影作品和以类似摄制电影的方法创作的作品”修改为“视听作品，将新型的作品表现形式加入到著作权法的保护范围中，能够加强对新型侵权行为的制约”；新著作权法增加了惩罚性赔偿的规定，亦有利于增强权利人维权的积极性，增强对著作权利人的法律保护。

要解决网络侵权问题，仅靠权利人发声并不够，李洪江认为，还需从维权成本上入手。著作权维权成本相对较高，例如维权周期长、侵权行为稍纵即逝、取证难度大等，都会带来成本问题。”李洪江表示：“这就导致了权利人维权积极性不高，在大量的侵权行为中，一般只有侵权行为特别恶劣的部分会被提起诉讼。”

北京商报记者 陶凤 实习记者 冉黎黎